

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya kehidupan masyarakat di era *Modernisasi* sangat erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi. Perilaku masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya terlihat ketika melakukan kegiatan transaksi dengan pihak lain. Lembaga keuangan saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat. Lembaga keuangan terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Salah satu lembaga keuangan non bank adalah PT. Pegadaian (Persero). Perum Pegadaian mengeluarkan produk pegadaian konvensional dan juga pegadaian syariah. Pegadaian syariah dikenal masyarakat sebagai tempat untuk bertransaksi gadai. Gadai atau *Rahn* adalah satu produk yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Syariah. Dalam pengoperasiannya PT. Pegadaian Syariah menggunakan metode *Fee Based Income (FBI)* atau dengan bagi hasil yang dikenal dalam Islam adalah *mudharabah* (Mohammad, 2010: 276).

Rahn adalah menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya (Antonio, 2001: 128).

Menurut Kotler (2002) suatu produk dapat dikatakan sukses jika mempunyai arti yang khusus bagi nasabah dan dapat memberikan segala sesuatu agar dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan suatu lembaga. Sehingga semakin tinggi manfaat produk maka akan semakin tinggi pula minat nasabah

terhadap produk tersebut. Menurut Tjiptono (2020) Faktor produk dianggap penting oleh nasabah dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Tabel 1.1

**Pertumbuhan penyaluran pembiayaan dan pinjaman tahun 2018-2019
(Miliar Rp)**

Bulan Dan Tahun	Penyaluran Pembiayaan dan Pinjaman Perusahaan Pegadaian Pemerintah	Penyaluran Pembiayaan dan Pinjaman Perusahaan Pegadaian Swasta	Total
Feb 2018	37,895	475	38,369
Mar 2018	38,522	530	39,052
Apr 2018	39,375	530	39,905
Mei 2018	39,873	242	40,115
Juni 2018	38,871	240	39,111
Juli 2018	39,414	240	39,654
Agu 2018	39,735	241	39,976
Sep 2018	39,881	251	40,132
Okt 2018	40,074	251	40,325
Nov 2018	40,589	257	40,847
Des 2018	41,190	283	41,473
Jan 2019	40,954	283	41,236
Feb 2019	42,118	283	42,400

Sumber: Ojk Tahun 2018-2019 (diakses pada 07/04/2021)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa tren kenaikan pembiayaan di pegadaian semakin pesat. Realisasi tersebut membuat Pegadaian mampu melanjutkan tren positif kinerja pembiayaan dan pinjaman. Kinerja perseroan pada periode bulan ini masih didominasi oleh lini bisnis utama, yakni produk layanan gadai (*Rahn*) yang semakin meningkat. Hal seperti ini harus dipertahankan oleh pihak pegadaian.

Di Yogyakarta terdapat 8 Unit Pegadaian syariah terdiri 1 unit cabang dan 7 unit atau *outlet*, selain itu di Magelang juga terdapat 2 unit atau *outlet* dan klaten 1 unit atau *outlet*. Berdasarkan pertumbuhan penyaluran pinjaman dan

pembiayaan pada periode tahun 2018-2019 terlihat bahwa produk gadai dan produk *Rahn* menjadi lini bisnis utama yang banyak diminati nasabah.

PT. Pegadaian (Persero) Pertumbuhan Penyaluran pinjaman atau Pembiayaan gadai sebesar 18% secara setahun kuartal pertama tahun ini. Kepala Humas Pegadaian Basuki Tri Andayani menjelaskan bahwa pertumbuhan itu ditopang dari lini bisnis utama yaitu gadai konvensional dan gadai syariah. “Data kami menunjukkan dari periode Januari 2019 sampai dengan Maret 2019, Pegadaian telah menyalurkan pinjaman atau pembiayaan gadai konvensional (dari produk KCA), maupun gadai syariah (dari produk *Rahn*) dengan nilai sebesar Rp.36,3 Triliun” ujarnya kepada Bisnis, Senin (22/4/2019)

Tabel 1.2
Jumlah nasabah dan pembiayaan 2019-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah pembiayaan
2019	14,23 Juta	55,02 Triliun
2020	14,90 Juta	52,06 Triliun

Sumber: Ojk Tahun 2019-2020 diakses pada (13/05/2012)

Sementara itu data diatas menunjukkan bahwa kenaikan jumlah nasabah tidak berpengaruh terhadap kenaikan jumlah pembiayaan. Hal tersebut dapat terjadi kemungkinan karena adanya pengaruh seperti prosedur pencairan pembiayaan, promosi, kebutuhan dan kepercayaan yang belum ditingkatkan. Selain itu, ternyata masih terdapat beberapa keluhan-keluhan dari nasabah seperti penanganan keluhan dari nasabah sering terabaikan, banyaknya dokumen jika ingin menggadai kendaraan sehingga nasabah merasa tidak puas.

Produk *Rahn* memiliki beberapa keunggulan seperti Prosedur pengajuannya sangat mudah, prosedur pinjaman sangat cepat hanya butuh waktu 15 menit, dan pinjaman memiliki jangka waktu 4 bulan dan bisa diperpanjang berkali-kali. (Pegadaiansyariah.co.id). Ardiyos (2004:73) prosedur adalah suatu bagian system yang merupakan rangkaian tindakan yang menyangkut beberapa bagian yang ditetapkan untuk menjamin agar suatu kegiatan usaha atau transaksi dapat terjadi berulang kali dan dilaksanakan secara seragam. Karena prosedur pencairan pembiayaan yang terbilang cepat dan mudah hal tersebut yang dicari oleh nasabah. Selain itu terdapat beberapa prosedur yang membutuhkan waktu cukup lama dan dokumen yang banyak untuk mengajukan pembiayaan. Seperti gadai kendaraan motor atau mobil, pihak pegadaian akan melakukan survey terlebih dahulu apakah barang yang akan digadai layak dijadikan jaminan. Apabila barang tidak layak untuk dijadikan jaminan maka pihak pegadaian tidak dapat memberikan pembiayaan. Hal inilah yang membuat nasabah tidak berminat untuk menggunakan produk gadai.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nasabah adalah Promosi. Menurut Reshita (2015) promosi merupakan suatu upaya komunikasi antara pemasar dengan konsumen dalam memberitahu dan mempengaruhi tingkah laku mereka untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Kasmir (2008) Promosi memiliki tujuan yang berbeda-beda, namun promosi yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah adalah melalui brosur, jika perusahaan tidak memberikan penjelasan lebih lanjut tentang produk yang ada didalam brosur sehingga hal ini berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk gadai (*Rahn*).

Selain promosi faktor yang berpengaruh dalam mengambil keputusan adalah faktor kebutuhan. Menurut Maslow (1943) , kebutuhan manusia berjenjang atau bertingkat mulai dari tingkatan yang paling rendah hingga tingkatan yang paling tinggi. Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi adalah kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan dasar manusia agar dapat bertahan hidup seperti, makanan, minuman, pakaian dan tempat tinggal. Nasabah yang memiliki kebutuhan mendesak cenderung akan menggunakan produk gadai.

Selain itu yang mempengaruhi nasabah untuk mengambil keputusan menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn* selain faktor kebutuhan adalah faktor kepercayaan. Moorman et al., seperti dikutip Ishak dan Zhafitri (2011) menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan merupakan suatu dasar dalam menjalin suatu hubungan dalam kecenderungan nasabah untuk mempercayai akan keadaan suatu produk dipegadaian syariah. Untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap pihak pegadaian syariah, kepercayaan harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses untuk menimbulkan rasa percaya tersebut. Seperti nasabah yang sudah mengetahui biaya gadai mahal tetapi masih mau untuk bertransaksi di pegadaian syariah.

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Prosedur Pencairan Pembiayaan, Promosi, Kebutuhan dan Kepercayaan, Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Produk Gadai (*Rahn*) Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Sariharjo)”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah prosedur pencairan pembiayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*?
3. Apakah kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian dilakukan dengan tujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah prosedur pencairan pembiayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*.
3. Untuk mengetahui apakah kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*.
4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan produk *Rahn*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat bagi pihak yang sedang memiliki permasalahan yang sama, manfaat yang diberikan berupa manfaat teoritis ataupun manfaat praktis. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Mengembangkan ilmu ekonomi khususnya perilaku konsumen tentang pengaruh prosedur pencairan pembiayaan, promosi, kebutuhan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah serta bahan referensi bagi penulis berikutnya yang akan meneliti dengan menggunakan variabel yang sama.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penulisan ini sebagai masukan dan bahan evaluasi agar pegadaian syariah dapat meningkatkan pembiayaan.